O SEGREDO REVELADO

INSTAGRAM PARA PROFISSIONAIS LIBERAIS

ISACK WESLLER

Produzido originalmente em português:
Código 5: Instagram para Profissionais Liberais

Publicado originalmente em português por Publiko

Autor: Isack Weslller
Transcrição e Redação: Adriana Barbosa
Revisão: Andrew Janholder
Capa: Lucas Barbosa
Diagramação: Ana Cálita Garcia
ISBN: 9798605789550

Sumário

Você no controle

Desde 2004 eu, Isack Weslller, venho atuando no marketing digital. E ao longo dos anos eu percebi que a diferença entre ter muito, ou nenhum, resultado está nos detalhes.

A grande questão é que, nesse universo gigantesco de informações que é a internet, para perceber os detalhes você precisar viver o marketing diariamente. Meu primeiro, e último, pensamento do dia é: MARKETING.

Isso me faz pensar, como um profissional liberal de qualquer outra área — advogado, dentista, psicólogo, contador, nutri, fisioterapeuta e por aí vai — conseguirá se manter atualizado nesse universo frenético chamado: MARKETING?

A resposta para essa pergunta é: não consegue.

Como qualquer outra área, marketing para redes sociais também requer muitos estudos, especializações e convivência diária para se manter atualizado e com vantagem na disputa pela atenção dos clientes.

Este livro é o resultado de anos de estudos, pesquisas, análises e prática no marketing através das redes sociais, inclusive o Instagram.

Aqui tem toda essência de um método que funciona especificamente para profissionais liberais e negócios locais: O

método que batizamos carinhosamente de CÓDIGO 5 (você entenderá o nome mais a frente).

Se você quer destacar-se na sua cidade ou região, este livro é para você.

Tenha novos clientes toda semana chegando pelas redes sociais e para isso você precisa aplicar, **de forma disciplinada e constante**, a metodologia que ensino aqui.

O CÓDIGO 5 é simples, requer poucos minutos, então, agora é com você. Assuma o controle.

Avante, boa leitura.

Antes de começar 🚀

Se você apenas publica nas redes sociais, mas não impulsiona ou até impulsiona suas postagens, mas, configura seus anúncios do jeito errado, então certamente você está perdendo tempo, dinheiro e clientes.

Aliás, antes de começar, vamos deixar claro:

- ➔ O que é **Impulsionar Publicações**?
  Quando você publica qualquer conteúdo no Instagram, seja um post da Publiko, fotos ou vídeos, este conteúdo em questão será exibido para alguns de seus seguidores gratuitamente. Este alcance orgânico (gratuito) no Instagram é muito baixo. Portanto, você precisa selecionar algumas de suas publicações e impulsionar (pagar para exibir o post para mais pessoas).

- ➔ Como fazer para **Impulsionar suas Publicações**?
  É exatamente isso que você vai aprender neste livro. Afinal não basta impulsionar de qualquer jeito, isso faria você gastaria dinheiro sem ter resultados. E apesar de existirem diversos jeitos de impulsionar, neste livro você aprenderá o melhor método comprovado para Profissionais Liberais — o famoso CÓDIGO 5.

Vamos supor que você até já investiu no impulsionamento das suas publicações, mas não consegue obter os resultados esperados, então provavelmente está fazendo como a maioria: configurando seu anúncio errado.

Um aviso importante, se você NÃO configurar os anúncios no Instagram do jeito certo, não terá bons resultados.

Este livro ensina o CÓDIGO 5, um método muito específico e que, por isso, ele funciona. E antes de aplicar o CÓDIGO 5, tome algumas ações preventivas.

1º AÇÃO > Porque alguns profissionais liberais têm resultado e outros não?

O Instagram é a maior rede social de conteúdo do mundo, e ela pode ser um canal poderoso para aquisição de novos clientes. Dependendo do estágio que você se encontra, no Instagram, os resultados do método ensinado neste livro podem aparecer já nas primeiras semanas. Como foi o caso desse cirurgião-dentista - Dr Plínio Marcos de Almeida — que assistiu um vídeo em que aplicamos o CÓDIGO 5, na prática.

Ele seguiu a risca, persistiu e o resultado veio mais rápido do que ele imaginava. O Dr Plínio investiu seus primeiros R$ 100 e teve um retorno de R$ 1.200 😱🤑😎

Plínio Marcos Prada

Oi boa tarde 11:35

Primeiro queria dizer que estou assistindo as aulas dadas no igtv e já tive um retorno no meu primeiro post🙏 😊 11:35

Segui as dicas que ele deu de público, região, interesse e postei com o valor de 100,00 e hoje já veio o primeiro paciente e fechou um orçamento de 1200,00. E tem outros agendamentos vindos desse post. Acho que para uma primeira tentativa estamos indo bem😂😂 11:37

Talvez ele tenha conseguido esse resultado devido ao estágio que a rede social dele se encontrava no momento da aplicação do CÓDIGO 5.

E qual é o seu estágio? Embora existam vários, nós resumimos em três:

- ➔ **O iniciante:** não existe no Instagram ou acabou de criar seu perfil profissional. Tem poucos posts, poucos seguidores e quase

nenhum engajamento. Os resultados podem chegar após algumas semanas — dois a três meses — de consistência. Persista no método e o resultado chegará neste tempo estimado, ou menos.

- ➔ **O espertalhão:** não importa se começou a pouco, ou muito, tempo. Os resultados vão demorar infinitamente mais para chegar. Você está nesse 'terrível' estágio se:
  - ❌ Buscou atalhos para aumentar seu número de seguidores de forma ilegítima;
  - ❌ Usou ferramentas para envio de directs (mensagens) automáticas;
  - ❌ Agendamento de Stories (é permitido apenas Feed);
  - ❌ Não responde mensagens e comentários (ou demora);
  - ❌ Não engaja com os conteúdos de outras contas, usando o perfil profissional no modo 'fantasma' apenas para publicar.

- ➔ **O certinho:** segue as regras, é disciplinado e consistente, mas nunca impulsionou ou impulsionou configurando de forma errada. Você está nesse 'adorável' estágio se:
  - ✅ Tem um perfil profissional (modo business);
  - ✅ Pública posts prontos diariamente mesclando com suas fotos reais (sem filtro);
  - ✅ Têm stories diários, incluindo os interativos;
  - ✅ Responder comentários e mensagens rapidamente;
  - ✅ Engaja com o conteúdo de outras contas.

Se você se encaixa no último estágio, então os resultados podem aparecer nas primeiras semanas.

2º AÇÃO > A ordem importa

Não adianta você ler, mas não colocar em prática todo o passo-a-passo — a ordem importa — que define do CÓDIGO 5.

No final deste livro você estará pronto para impulsionar suas publicações com a melhor estratégia, e consequentemente multiplicar seu número de clientes, ter mais autoridade e reconhecimento em sua cidade e região

Não desista na primeira tentativa, continue. O CÓDIGO 5 é uma descoberta inédita que resultou nesse método comprovado e usado por milhares de profissionais liberais mundo afora para ter resultados ascendentes.

Vale ressaltar que existem vários objetivos para impulsionar no Instagram, tais como: promover seu perfil, obter mais visitas em seu site ou, o mais simples e objetivo, captar clientes pelas mensagens do Instagram.

Neste livro vamos trabalhar focando na simples e eficaz: mensagens.

Ao configurar o objetivo como "Mensagens" suas publicações impulsionadas vão captar muitas mensagens de potenciais clientes solicitando agendamento de consulta, orçamentos, tirando dúvidas, solicitando localização, etc.

3º AÇÃO > Marketing não vende

Sim, é verdade. Marketing não vende. Quem faz agendamentos, fecha orçamentos, pedidos e realiza vendas é o seu time de atendimento.

Marketing excelente não salva um atendimento ruim.

Sendo assim, ter um excelente atendimento nas redes sociais é tão importante quanto o próprio marketing. Lembre-se de que responder todas as mensagens e comentários dos seus seguidores é crucial para elevar o 'Score' do seu perfil profissional e ter resultados cada vez melhores.

A minha dica pessoal é investir num atendimento cordial, carinhoso e com emojis. Isso irá criar empatia com seu seguidor, conquistará confiança e por consequência, aumentará o seu volume de negócio no Instagram.

1º ETAPA

Escolhendo o post 👀

Seu primeiro desafio, e que muitos profissionais liberais já começam perdendo, é na escolha de qual publicação você deve impulsionar. Essa questão é mais complexa do que parece, e a resposta mais correta seria: testar.

Você pode começar escolhendo posts de humor, curiosidades e entre outros que sejam interessantes e divertidos, principalmente aqueles que apoiam causas sociais, por exemplo, Outubro Rosa e outras datas comemorativas.

Mas tem outro jeito melhor.

A plataforma da Publiko é um calendário com inteligência híbrida que mostra as recomendações do que postar em cada dia do mês e também quais posts os especialistas recomendam que você impulsione, evitando que você perca tempo testando.

Assim você terá mais assertividade tanto na escolha do que publicar diariamente, como também saberá quais os conteúdos devem ser impulsionados para atrair atenção e engajamento.

É igualmente importante desmascarar uma mentira cabeluda pregada por muitos gurus de marketing, no que diz respeito ao melhor conteúdo a ser publicado e impulsionado.

Dizem que suas fotos próprias são a melhor escolha. Mentira.

Estrategicamente é um erro, pois idealmente você precisa mesclar o impulsionamento entre suas fotos reais e os posts da Publiko. Cada um deles tem um propósito e causarão efeitos diferentes.

QUANDO IMPULSIONAR SUAS **PRÓPRIAS FOTOS REAIS**?

Este formato de conteúdo realista tem por objetivo humanizar sua marca, e tende a atrair mais engajamento já que envolverá familiares, amigos, conhecidos e admiradores da sua imagem. Mas não têm efetividade comercial, já que a audiência desse conteúdo tende a oferecer apenas capital social (curtidas e comentários).

Alguns conteúdos, com assuntos sensíveis como: divórcio, depressão, mau hálito, traição e entre outros, tendem a ter pouco engajamento.

Todavia, são necessários e importantes para atrair o público que identifica com o assunto tratado com potencial para ser seu cliente.

Por isso frisamos a importância de ter um olhar estratégico.

QUANDO IMPULSIONAR OS **POSTS DA PUBLIKO**?

Além da praticidade de publicar diariamente conteúdos de vários assuntos, temas e níveis de profundidade técnica, os posts construídos — da Publiko — têm maior efetividade comercial e vão atrair atenção de pessoas que se identificam com o conteúdo (e vários outros) publicado em seu Instagram.

Enfim, mesclar o conteúdo é a melhor estratégia e usar a plataforma da Publiko para acertar no que publicar em cada dia do mês vai te poupar muito tempo e neurônios. 😂 😅

Assim você terá os posts da Publiko diversificados entre curiosidades, datas comemorativas, institucionais, serviços especializados, assuntos profissionais, atualidades, notícias, feriados e vários outros tipos. Eles despertam bem-estar, alegria, desejo por transformação e outros sentimentos valiosos para relações comerciais duradouras.

Como também poderá publicar suas fotos próprias, reais, com seus clientes, equipe, selfies, livros que está lendo, momentos, passeios e entre outras ideias que vão te ajudar na humanização do seu perfil profissional.

Tempo é dinheiro, e essa estratégia visa proteger seu tempo para poder aproveitá-lo melhor com outras atividades.

Como você já deve ter percebido, apenas publicar conteúdos nas redes sociais não adiantará nada. Absolutamente! Você precisa impulsionar as publicações escolhidas.

Seguindo o método do CÓDIGO 5 você conseguirá atrair atenção de milhares de potenciais clientes na sua cidade ou região investindo em média R$50 (variando entre R$20 e R$100) em cada impulsionamento.

Desses milhares de potenciais clientes alcançados, se apenas uma pessoa entrar em contato e se tornar cliente, o investimento foi um sucesso.

Mas não se esqueça, tudo depende do seu estágio (página 7). Então tenha paciência e prossiga. Continue, avante!

Dito isso, com base nos ensinamentos acima (principalmente, no tocante a mesclagem e seleção do conteúdo) recomendo que publique — no Feed e nos Stories — exatamente um post da Publiko por dia, e duas a três fotos próprias, reais e sem filtro, por semana.

De posse de todas as informações fundamentais, agora vamos começar a brincadeira.

Abra seu Instagram, vá até a sua publicação que deseja impulsionar e para começar, é simples, basta tocar no botão azul, que aparece no canto inferior direito do post.

O botão pode aparecer para você com vários nomes:

- PROMOVER
- IMPULSIONAR
- TURBINAR

Enfim, tanto faz o nome que aparece no botão, a função é a mesma.

Observe na seta amarela na imagem acima, nós usamos uma publicação de odontologia apenas como exemplo, no seu caso será a publicação que você decidiu impulsionar.

2º ETAPA

Definindo seu objetiv🎯

Nesta etapa você irá definir como você deseja captar esses clientes. Vamos descrever quais os prós e contras de cada um dos objetivos, sendo estes, conselhos aplicáveis somente no Instagram.

Na primeira tela para criar o anúncio, aparecem 3 opções:

TIPOS DE **OBJETIVOS**

1. Mais visitas ao perfil
2. Mais acessos ao site
3. Mais mensagens

Eu irei te explicar, nas próximas páginas os prós e contras de cada um dos objetivos acima.

1. OBJETIVO: **MAIS VISITAS AO PERFIL**

Este objetivo é ideal quando você precisa aumentar o reconhecimento do seu nome profissional em sua cidade ou região através das redes sociais — principalmente se seu Instagram é novo ou você nunca impulsionou suas publicações — este objetivo é muito importante e recomendado para quem ainda não causou nenhum impacto nos moradores de sua cidade ou região de atuação. Sendo válido até mesmo para quem já está no Instagram há muito tempo, mas ainda tem poucos seguidores e nunca obteve resultados expressivos no Instagram. O conselho é, comece por aqui.

VANTAGENS

Perfeito para ser reconhecido na região e aumentar sua base de seguidores mais rapidamente. Este objetivo pode ser usado em publicações de curiosidades, humor, datas comemorativas e outras de assunto despretensioso, já que objetivo não é 'fechar vendas' (pode até acontecer), mas a missão é pavimentar o caminho para depois captar clientes. Um perfil com pouco seguidores deixa tudo mais difícil e caro, portanto o primeiro passo é conseguir mais seguidores reais, de pessoas que estão na sua região. Isso facilitará a captação de novos clientes a médio prazo, pois reduzirá os custos dos anúncios com foco em captação de clientes, agendamentos e orçamentos.

DESVANTAGENS

O investimento neste objetivo não traz retorno financeiro a curto prazo. O foco dele é atrair capital social (que futuramente se converterá muito fortemente em capital financeiro).

2. OBJETIVO: **MAIS ACESSOS AO SITE**

Este objetivo é focado em gerar visitas em seu site, não recomendamos para profissionais liberais com pouca experiência com marketing digital ou não tem uma equipe de marketing. Embora este objetivo é muito utilizado para outras categorias de negócios, ele não é tão eficiente para profissionais liberais. Na maioria (quase sempre) das vezes o seu futuro cliente quer tirar dúvidas e bater um papo — com você ou sua assistente — ao invés de ficar acessando site. Minhas décadas de experiências me ensinaram que este objetivo mais prejudicará do que ajudará, mas obvio se você for um profissional liberal inexperiente no marketing digital.

VANTAGENS

Você pode até usar o link da sua BIO neste anúncio. Essa estratégia poderá ampliar o potencial deste objetivo de anúncio. Mas garanta que o link de sua BIO está funcionando perfeitamente e bem configurado.

DESVANTAGENS

Se tratando de profissionais liberais, eu costumo dizer que as únicas coisas entre um "seguidor não-cliente" e "seguidor convertido em cliente" são **perguntas**. Uma pessoa bem informada e com suas dúvidas respondidas é uma potencial cliente.

Portanto, a melhor estratégia para captar novos clientes e tentar chegar o mais rápido possível as perguntas deles. Ou seja, se alguém

comentar ou te mandar uma mensagem por 'direct/inbox' saiba que essa pessoa está na última fase de se converter sua nova cliente.

O objetivo do profissional liberal é arrancar as perguntas de seus seguidores através do engajamento: comentário ou envio de mensagem.

Por isso que julgo este objetivo — SEU SITE — como uma estratégia ruim, já que ele apenas dificulta e alonga esse processo. Além de envolver outros requisitos no seu site para que seu anúncio tenha maiores chances de sucesso:

- Site leve e rápida;
- Adaptado para acesso em celulares.

Ainda assim, a maioria dos usuários no Instagram evitará, pois, consome dados móveis.

Dito isso, não recomendo este objetivo para quem está começando anunciar agora.

3. OBJETIVO: **MAIS MENSAGENS**

Este objetivo é recomendado para publicações institucionais ou sobre os serviços de sua especialidade. Recomendo para, caso você já tenha construído uma base considerável de seguidores reais, publica conteúdo estratégico diariamente e tenha conquistado reconhecimento profissional em sua cidade, no âmbito das redes sociais.

VANTAGENS

Este objetivo irá alavancar seus resultados no que diz respeito a captação de novos clientes. O foco dele é exatamente converter seguidores em clientes, aqui você poderá tirar o máximo de cada centavo investido. No entanto, é importante que, paralelamente a este objetivo "Mais mensagens" você esteja impulsionando outras publicações com o primeiro objetivo: "Mais visitas ao seu perfil".

DESVANTAGENS

Ideal para captar clientes. Porém, você precisa ter uma base sólida de seguidores reais em sua região e publicação de conteúdo frequente. Senão você poderá pagar mais caro por cada cliente, ou seja, cada novo contato por mensagem pode custar R$ 0,10 (*incríveis dez centavos*) ou R$ 20,00 (*terríveis vinte reais*), e o que determina esse custo por novo cliente é o cumprimento dos requisitos mencionados anteriormente.

Voltando ao nosso anúncio, observe na imagem ao lado, a tela que aparecerá após clicar no botão azul PROMOVER. Para criar esse anúncio de exemplo, eu decidi selecionar o objetivo: "**Suas mensagens diretas**" ou também pode ser visto como "**Mais mensagens**".

E então, seguimos para a próxima etapa.

DICA EXTRA Como demonstramos acima, os prós e contras de cada objetivo/destino, então pode surgir essa dúvida: *"Como saber se tenho uma ótima base de seguidores?"* O grande segredo é começar testando com 2 anúncios, sendo um anúncio com destino "**Seu perfil**" e outro com destino "**Mais mensagens**". Depois vá calibrando com base nos resultados, se o anúncio de "**Mais mensagens**" não trouxe nenhum resultado, invista os próximos com destino "**Seu perfil**", para nutrir e ampliar sua base de seguidores, pois certamente você precisa ter mais reconhecimento no seu Instagram. Ou seja, as pessoas precisam ver mais conteúdo seu, envolver-se com ele, te seguir para depois naturalmente te enviarem entrarem em contato para tirar dúvidas e enfim, ser seu cliente.

3º ETAPA

Ajuste seu público-alvo

Agora você vai ter duas opções para ajustar seu público-alvo. Constate que existem duas opções disponíveis:

AUTOMÁTICO: nesta opção o próprio sistema (algorítimo) do Instagram direcionará a sua publicação de forma automática para as pessoas que ele considerar mais adequados para seu conteúdo. É uma boa opção? Não. Mesmo se você tiver populado seu perfil de seguidores com potencial de serem seus clientes, esta pode não ser a melhor opção, afinal poderá fugir da sua localização e acabar anunciando para várias pessoas que sequer estão em sua cidade ou região.

E lembrando que **MANUAL (CRIE O SEU):** este é o modo que vou ensinar neste livro. O ajuste manual do público permite que você faça vários ajustes e crie seu público-alvo do zero. Com isso poderá afunilar melhor o direcionamento do seu post e então, obterá melhores resultados. Primeiro, selecione a opção “Crie o seu”, que chamo de Modo Manual.

E aí está o pulo do gato!

Este vai ser o grande diferencial para te trazer mais resultados por cada centavo que você investiu na sua publicação, e logo, o segredo para você atrair mais clientes bem rapidinho no Instagram. Então se liga nos próximos passos!

Avante, vire a página (ou apenas deslize a tela mesmo kkk).

4º ETAPA

O grande segredo chamado 🔐 CÓDIGO 5

O foco agora é definir em qual cidade ou região você deseja que seu anúncio seja exibido.

Durante a configuração do seu público-alvo quase todo mundo informa o nome da cidade no campo "Localização". E este é um dos erros clássicos nesta etapa da configuração.

Mas por quê? Pense comigo...

Se você atende numa — ou mais — cidade com mais de 200 mil habitantes, é improvável que uma pessoa que more do outro lado da cidade, num bairro distante do seu ponto de atendimento saiba quem é você ou que esteja inclinado a ser seu cliente.

A segmentação por bairros também ajuda filtrar a classe social.

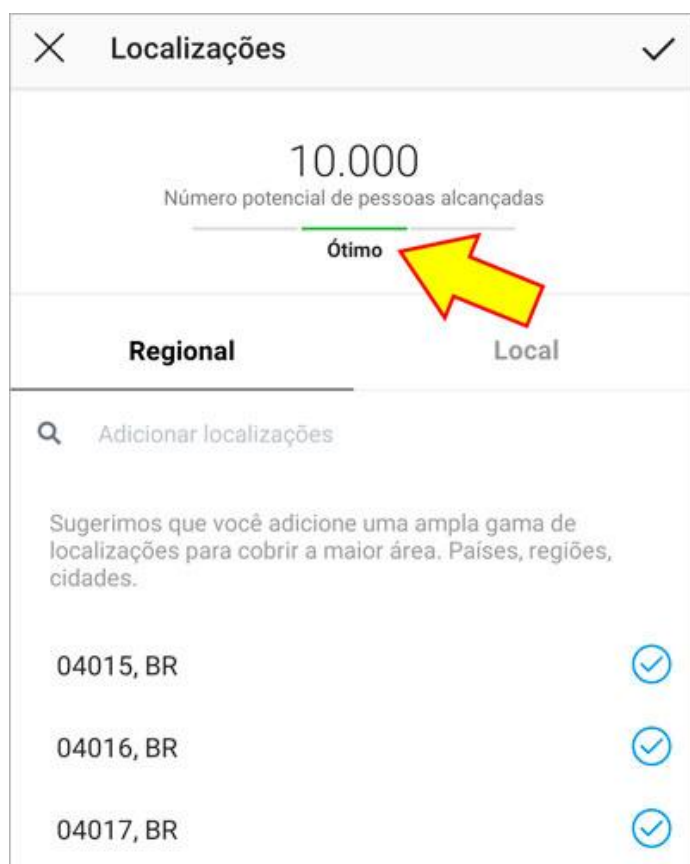
Mas como fazer isso? Como filtrar por bairros ou microrregiões na cidade? É bem simples e já vou te mostrar.

Mas primeiro, saiba que para captar mais clientes com menor custo é importante priorizar a exibição de suas publicações impulsionadas para pessoas que estejam mais próximas das localizações que correspondem ao seu público-alvo.

Embora exista a opção — Local — de informar a sua localização e o raio, o grande segredo é não usar esse recurso pouco preciso e , ao invés disso, usar o CÓDIGO 5.

O CÓDIGO 5 consiste em informar os CEPs digitando apenas os CINCO primeiros números.

Por exemplo, digamos que seu CEP é "01452-000", então informe apenas os números "01452". Logo irá aparecer várias opções CEPs, mundo afora. Selecione a opção do CEP do Brasil, que acompanha a sigla BR. E assim por diante, você pode informar os demais CEPs das regiões e bairros que você deseja alcançar as pessoas. Defina, demarque e defenda esse seu território com impulsionamentos recorrentes.

Os concorrentes ficarão de longe tentando entender como você está conseguindo crescer de forma tão consistente nas redes sociais. Afinal, com o tempo fica evidente que não são se trata apenas do aumento do número de seguidores, mas do seu volume de mercado (prestação de serviços, ou seja, agenda) que fica cada vez mais reconhecido.

Seguindo adiante, para finalizar, eu informei três CEPs, e com isso estima-se que será possível alcançar 10.000 pessoas. Perceba na imagem ao lado que abaixo desse número tem um medidor de público-alvo, e se estiver no meio — **verde** — então está ótimo, ou seja, nem tão **restrito** e nem tão **amplo**.

Mas o segredo do CÓDIGO 5 ainda não está completo. Você precisa aprender também, como destravar a descoberta das regiões exatas e seu limites geográficos que correspondem ao território que você deseja alcançar, e em seguida, quais os CEPs correspondentes a essas regiões.

Destravar essa informação é crucial para selecionar os CEPs com mais precisão.

No exemplo da imagem acima eu descobri que deveria destravar os CEPs:

🔓 04015
🔓 04016
🔓 04017

IMPORTANTE

DESTRAVANDO 🔐 Assista a Aula 13 do Curso Publiko Power Posts para ter um visual da microrregião, dentro da sua cidade, que cada CEP corresponde. Essa técnica é crucial para você selecionar todos os CEPs das regiões exatas que você quer atingir. Essa é a cereja do bolo e vai acelerar muito seus resultados, assim você será visto no Instagram somente pelas pessoas que estão nas microrregiões que você selecionou através do CÓDIGO 5 (primeiros cinco números dos CEPs). Veja na imagem abaixo um exemplo da ferramenta que ensinamos na **Aula 13 do Curso Publiko Power Posts**. Assista essa aula!

Clique aqui para verificar seu acesso e assistir à Aula 13 do curso Publiko Power Posts.

Inclusive o Publiko Power Posts é o primeiro reality curso, em formato inédito, o diferencial está na praticidade do curso, nele eu mostro como criar um Instagram do absoluto ZERO até os primeiros novos clientes em apenas 7 DIAS.

Eu gravei cada dia da semana, desde o começo criando um perfil no Instagram com zero seguidores até captar os primeiros clientes, em apenas 7 dias.

São apenas 13 aulas rápidas e práticas, de aproximadamente 7 minutinhos. Eu mostro passo-a-passo como criar e configurar um perfil profissional no Instagram, e também ensino a construir uma rotina simples por 7 dias com RESULTADOS REAIS demonstrados na prática.

E na Aula 13 você vai aprender a usar a ferramenta da página anterior (26) para destravar a descoberta dos CEPs que você precisa configurar em seu impulsionamento.

Após definir sua faixa de CEPs que demarcarão seu território, agora é hora de refinar ainda mais.

Este polimento do público-alvo vamos fazer no próximo passo. Avante.

5º ETAPA

Polimento final 💎

Primeiramente, é importante entender que geralmente as pessoas não estão interessadas na sua empresa em específico, mas sim nas soluções que ela oferece, então, para ter resultados expressivos você sempre focar seus anúncios nos benefícios que chamem a atenção dos seus seguidores.

No post que utilizei como exemplo para impulsionar, ele está relacionado a "aparelhos ortodônticos". Logo, está óbvio que esta publicação faz mais sentido se for direcionada para jovens.

Embora saibamos que o aparelhos ortodônticos servem para pessoas de quase todas as idades, mas se tratando de investimento financeiro o ideal é direcionar a publicação para o público com maior probabilidade de conversão.

Por exemplo, meu público deverá corresponder a uma faixa etária que eu considero ser a que mais procura por este tipo de tratamento.

Então, é nessa etapa que entra mais uma técnica. Na próxima etapa da configuração do impulsionamento você poderá informar os interesses comuns do seu público-alvo.

IMPORTANTE: Neste exemplo, sendo do segmento de saúde bucal, você deve ter cautela para não colocar apenas interesses primários como:

- Dentista
- Odontologia
- Ortodontia
- E entre outros

É preciso mesclar com outros interesses secundários relacionados a classe social, perfil de consumo, etc. Adicione também interesses correlacionados ao perfil de seu público-alvo.

Digamos que o perfil ideal para os clientes desse exemplo que eu trouxe no livro é o seguinte:

- Classe Social: **A e B**
- Faixa Etária: **18 – 35** (para aparelhos ortodônticos)
- Gênero: **Todos**

Classe Social

Vamos começar por ela. Você poderá buscar por interesses secundários que ajudam a definir a Classe Social: A e B, tais como:

- Carmen Steffens;
- Adidas;
- Colcci
- Saúde e boa forma;
- Alimentação Saudável;
- Estética.

Dessa forma você estará mesclando com os interesses primários e secundários para alcançar as pessoas com maior probabilidade de estarem interessadas na busca por um sorriso bonito e elegante; ou

que até convivam com pessoas que possam ter o interesse, tais como: filhos, amigos, parentes e cônjuges.

No exemplo da imagem abaixo, selecionamos as como **interesses secundários**: saúde e boa forma; estética; alimentação; corpo saudável; beleza; cuidado e outros interesses semelhantes. E não se esqueça de adicionar também os **interesses primários** (citados na página anterior).

Continuando, este público-alvo que estamos construindo é formado por pessoas vaidosas com interesses em "ortodontia".

Resumindo, coloque interesses primários (relacionados direto com sua área de atuação) misturados com interesses secundários (relacionados aos interesses comuns dessa classe social).

Idade e Gênero

Na próxima tela, você irá selecionar a idade e o gênero. A regra aqui é simples, coloque a faixa etária e o gênero correspondente ao público-alvo do seu anúncio — nosso exemplo é aparelho

ortodôntico, ou seja, entre 18 e 35 anos (talvez até menos de 18 anos) — simples assim.

Analise a imagem ao lado e perceba que o número potencial de pessoas alcançadas foi reduzido para 4.100, ou seja, já refinamos ainda mais o público-alvo. Com essa configuração nós removemos milhares de pessoas da região definida, mas que não possuem o perfil para serem seus clientes.

Ótimo! Agora sim, seu anúncio já está bem configurado e vamos para a última etapa.

Mas antes...

Descubra quanto (R$) você deve investir

O melhor é fazer uma análise estatística para estimar o retorno financeiro provável.

Vamos ser realistas e fazer uma conta rápida:

- ➔ Pessoas alcançadas: **4.100**
- ➔ Curtidas: **7% = 287**
- ➔ Comentários: **2% = 82**
- ➔ Conversas iniciadas: **1% = 41**
- ➔ Agendamentos realizados: **0,5% = 20 novos clientes**

→ Fechamento do serviço: **0,1% = 4 novos serviços fechados**

Ou seja, mesmo se você converter apenas **0,1%** desse total de pessoas alcançadas, já serão **4 fechamentos**. E se cada novo cliente trazer em média R$ 500, serão R$ 2.000 no seu bolso, de retorno sobre apenas, por exemplo, R$ 60 investidos no impulsionamento.

Você investe R$ 60 e recebe R$ 2.000

Nada mal, não é mesmo?

DICA EXTRA 🎁 Você pode poupar ainda mais seu tempo salvando essa configuração do seu público-alvo. Para fazer isso avance para o próximo passo, depois da última tela, e salve seu público-alvo criado, dê um nome a ele. Somente você verá esse nome, geralmente colocamos uma identificação fácil da faixa etária, como na tela abaixo: Jovens (18 – 35).

Público

Selecionar público-alvo

Automático
O Instagram direciona para pessoas como seus seguidores

Jovens (18/35)
Homens e mulheres, na faixa de 18-35
04015, 04016 ou 04017
Interessado em Beleza, Qualidade de vida ou Estética
editar

NOME DO PÚBLICO

Crie o seu
Insira sua opções de direcionamento manualmente

6º ETAPA

Quanto investir? 💰

10:33 85%
Orçamento e duração
Seu gasto total é de **R$ 60** em **4 dias**
590 – 1.600
Alcance estimado
Orçamento
R$ 15 por dia
Duração
4 dias
Mais sobre orçamento, duração e distribuição

10:34 84%
Orçamento e duração
Seu gasto total é de **R$ 100** em **5 dias**
590 – 1.600
Alcance estimado
Orçamento
R$ 20 por dia
Duração
5 dias
Mais sobre orçamento, duração e distribuição

Agora é hora de definir quanto devo investir neste impulsionamento e por quantos dias desejo impulsionar. Idealmente você pode investir R$ 20 por dia para ter resultados mais rapidamente, isso totalizaria R$ 100 numa duração de 5 dias.

Perceba que abaixo do orçamento e duração, aparecerá o número de pessoas que seu anúncio alcançará, com esta verba, dentre aqueles 4.100 potenciais clientes (página 31).

No exemplo do nosso impulsionamento — veja imagem na página anterior — nós alcançaremos entre 590 e 1600.

E também simulamos investindo R$ 60 por 4 dias, ou seja, R$ 15 por dia.

O importante a princípio é que sua margem de assertividade está bem calibrada, e quanto mais vezes você impulsionar mais o algoritmo do Instagram aprenderá sobre o perfil dos seus seguidores e potenciais clientes.

Inclusive, ao criar e salvar vários públicos com configurações diferentes (como ensinado na dica da página 32), alterne entre eles. NÃO IMPULSIONE para o mesmo público incessantemente, isso pode saturar e estressar o público.

Bônus Extras

A melhor estratégia de marketing nas redes sociais para Profissionais liberais, deve unir três pontas:

- ✅ **Exigir pouco tempo,** que não requeira produção de conteúdo novo todos os dias;
- ✅ **Ter baixo custo** para não agredir seu rendimento mensal;
- ✅ **Automação** da estratégia do conteúdo a ser publicado em cada dia do mês e das atividades de publicação.

Afinal de contas, o melhor marketing é aquele que exige o mínimo de esforço e recursos para ter o máximo de resultados. Imagine, todos os dias:

- 👉 Pensar no que postar;
- 👉 Produzir conteúdo;
- 👉 Publicar;
- 👉 Atender clientes.

E se você puder cortar as 3 primeiras etapas, automatizar, e focar apenas na última?

- 👉 ~~Pensar no que postar~~;
- 👉 ~~Produzir conteúdo~~;
- 👉 ~~Publicar~~;
- 👉 Atender clientes.

Perfeito, não é mesmo?

Para facilitar sua vida você pode contar com a [plataforma da Publiko](#) para eliminar o trabalho duro do seu marketing e focar apenas na melhor parte: atender os clientes.

Utilizar a Publiko significa:

- 💙 Publicar posts assertivos, com base em inteligência de dados;
- 💙 Agendar publicações e tornar as postagens automatizadas;
- 💙 Marcar uma forte presença nas redes sociais sem desperdiçar tempo e dedicação;
- 💙 Construir sua rede social com artes premiadas e elaboradas pelos melhores designers do Brasil;
- 💙 Acelerar seu crescimento em número de seguidores e curtidas com publicações de alta qualidade.

[CONHECER A PUBLIKO](#)

Separei um super bônus extra para você alavancar suas redes sociais com baixo custo e de forma sustentável.

Este livro **10 Mandamentos do Profissional Liberal nas Redes Sociais** contém todos os dez pontos essenciais para você se destacar nas redes sociais investindo pouco tempo e dinheiro.

Regras de Ouro

Antes de tomar qualquer iniciativa em relação ao seu marketing nas redes sociais, tenha em mente às Quatro Regras de Ouro, fundamentais, para seu sucesso nas redes sociais.

Guarde elas no seu coração e aplicar na prática para avaliar e sentir seu progresso com mais clareza, dia após dia.

> *"Essas 4 regras não garantem o sucesso, mas sem elas o fracasso é inevitável."*

Então vamos lá, sem delongas:

Regra Nº 1 › Seja frequente, publique todos os dias. E nós te ajudamos com isso, em nossa nova plataforma você pode programar suas publicações futuras e não precisa ficar entrando e publicando todo dia.

Regra Nº 2 › Imprima este livro. Além de ler e reler o CÓDIGO 5, imprima-o. Aliás, explore todos os bônus que você ganhou, se possível agora mesmo. Imprima o que tiver de imprimir e leia o que tiver de ler. Esse CÓDIGO 5 é sua vantagem competitiva nas mídias sociais, dê uma atenção especial para esse livro.

E se quiser ver ele aplicado na prática, eu gravei um Reality Curso (apresentado na página 26), e nesse curso que se chama: Publiko Power Posts, o objetivo foi mostrar como conseguir novos clientes em apenas 7 dias criando um Instagram do absoluto ZERO.

Então eu minha equipe de produção gravamos o que eu fiz em cada um dos sete dias, criando um Instagram, configurando e já conseguindo os primeiros clientes em apenas 7 dias.

Esse curso é inédito e eu mostrei como fazer tudo na prática.

Regra Nº 3 > Não publique apenas no Feed ou Story, nem tampouco apenas na sua rede social favorita. Esse é um erro clássico. Afinal suas preferências podem não ser as mesmas do seu público-alvo. Então publique no Instagram, Facebook e inclusive além dos Stories, coloque também sua publicação diária no Status do WhatsApp.

Regra Nº 4 > A regra mais importante de todas. Em algum momento você poderá duvidar da sua capacidade de obter resultados nas redes sociais, mas não se preocupe, acontece com todo mundo.

Esse universo é tão gigantesco e complexo que você dificilmente conseguirá perceber se de fato onde está progredindo.

Há uma gama extensa de indicadores de sucesso, sendo que muitos deles ficam ocultos. Mas, como assim? Nas redes sociais nós adaptamos muito rápido aos grandes números: centenas de curtidas, milhares de seguidores e assim nós somos distraídos com uma percepção enviesada.

Vou te dar um exemplo simples. Durante a construção de sua presença social, você vai deixar passar batido 'um ou outro' seguidor que está curtindo sua postagem pela primeira vez. Ou seja, começou flertar com seu conteúdo, mas por estar imerso nos grandes números, você nem percebeu.

Isso acontece porque seu foco pode estar 120 curtidas da sua foto de férias, e não percebeu que tem gente nova chegando devagarinho.

Anote o que vou te dizer agora: 100 curtidas emocionais não valem 1 curtida racional. Esse conselho vale ouro.

ATENÇÃO ⚠️ Se for preciso, leia essa regra 2 ou 3 vezes até você absorver bem esse conceito.

Para finalizar, eu te convido a olhar no Instagram da Publiko (@publiko.me), nós não temos milhares de curtidas nos posts, mas nós estamos crescendo em receita, número de assinantes, equipe, inclusive nós já chegamos há mais de 10 países, incluindo o Brasil.

Em outras palavras, a gente ignora completamente o fato de um post nosso teve 10 curtidas. Nós até preferimos 10 curtidas racionais, de qualidade.

Alguns posts chegam a 50 curtidas, outros 100, outros 500 e assim por diante. Mas enfim, esses números de curtidas não importa tanto para nós. Eu e minha equipe de marketing temos paciência e atenção com cada seguidor realmente interessado na Publiko.

Ouça esse conselho várias vezes e peça nossa ajuda se for preciso, solicite o Diagnóstico PRO™ regularmente que é um exame aprofundado que nossos especialistas realizam em suas mídias sociais e depois entregam um Laudo Técnico assinado.

Sobretudo é importante salientar que a Publiko não vai fazer milagres, trazer clientes muito da noite para o dia, centenas de curtidas e seguidores em pouco tempo. Isso é utópico!

A gente vai te ajudar na construção da sua presença nas redes sociais, permitir que você tenha centenas e centenas de conteúdos com a melhor qualidade técnica, sem você gastar seu tempo, neurônios ou muito dinheiro com produção de conteúdo.

Mas o recado é: não espere por utopia. Não há milagre, principalmente se as suas redes sociais estão abandonadas, se você comprou seguidores ou curtidas, não engaja com conteúdo de outras pessoas, não responde aos comentários ou mensagens no direct com agilidade.

Enfim, tudo que eu quero é que você não se sinta sozinho durante essa jornada.

Nós estamos aqui para orientar, dar força, reforçar os princípios e tirar todas as suas dúvidas.

Somos mais que meros posts prontos, nós somos a sua plataforma de automação de conteúdo para redes sociais, o seu braço direito e agora você não está mais sozinho.

Conte comigo e minha equipe da [Publiko](#).

Um, grande e caloroso, abraço.